

La fabrique de l'imaginaire : le cinéma en tant qu'expérience socialisée et organisée.

Mickael Peiro - IUT Paul Sabatier – Laboratoire LGTO –

mickael.peiro@iut-tlse3.fr

Pierre Roy – Université de Montpellier – Laboratoire MRM –

pierre.roy@umontpellier.fr

Arthur Caré – Université de Tours – Laboratoire VALLOREM –

arthur.care@univ-tours.fr

Résumé :

Depuis les années 1970, de nombreux critiques et théoriciens du cinéma ont concentré leur attention sur le dispositif cinématographique, que ce soit son aspect technique, psychologique, voire stratégique, considérant le cinéma comme « un ensemble d'arrangements institutionnels, de composants et de fonctions qui s'imbriquent les uns dans les autres et qui créent les plaisirs du spectateur associés à la vision d'un film » (Recuber, 2007, p. 315). Le cinéma, du fait de son dispositif particulier et de l'architecture de son espace, possède alors la capacité d'être en même temps une expérience sociale et individuelle, unique et partagée, quotidienne et extraordinaire. Cette interdépendance du cinéma aux sociétés dans lesquelles il s'inscrit le confronte perpétuellement à un avenir incertain, produisant le récit de sa disparition annoncée. Notre recherche exploratoire s'intéresse à caractériser l'expérience de cinéma au travers d'une série d'entretiens avec les acteurs chargés de la gestion et de l'animation des salles de cinéma en France. Ce faisant, elle ambitionne de comprendre quels sont les ressorts spatiaux et managériaux qui permettent à cette pratique culturelle de résister aux différents changements externes/internes du cinéma. Les premiers résultats exploratoires montrent alors comment le cinéma, en produisant un espace-temps spécifique, permet de juxtaposer une multitude d'attentes et d'identités au sein d'un même lieu, tout cela à l'aide d'une organisation fondée sur la multiplicité des tâches, la professionnalisation des pratiques et l'événementialisation des activités.

Mots-clés : espace, cinéma, organisation, hétérotopie, imaginaire.

Mais il est une autre manière d'aller au cinéma (autrement qu'armé par le discours de la contre-idéologie) : en s'y laissant fasciner deux fois : par l'image et par ses entours, comme si j'avais deux corps en même temps : un corps narcissique qui regarde, perdu dans le miroir proche, et un corps pervers, prêt à fétichiser, non l'image, mais précisément ce qui l'excède : le grain du son, la salle, le noir, la masse obscure des autres corps, les rais de la lumière, l'entrée, la sortie : bref, pour distancer, « décoller », je complique une « relation » par une « situation ».
(Roland Barthes, en sortant du cinéma, 1975)

1. INTRODUCTION

1.1. LE DISPOSITIF CINEMATOGRAPHIQUE

Depuis les années 1970, de nombreux critiques et théoriciens du cinéma ont concentré leur attention sur le dispositif cinématographique, que ce soit son aspect technique, psychologique, voire stratégique (Evans, 1996 ; Creed, 2000 ; Oswick et Keenoy 2001 ; Penz et Lu, 2011 ; Roy et Yami, 2006), considérant le cinéma comme « un ensemble d'arrangements institutionnels, de composants et de fonctions qui s'imbriquent les uns dans les autres et qui créent les plaisirs du spectateur associés à la vision d'un film » (Recuber, 2007, p. 315). Au cours des dix dernières années, une tendance internationale émergente dans la recherche sur l'histoire du cinéma s'est détournée du contenu des films pour s'intéresser à leur consommation, et examiner le cinéma en tant que lieu particulier d'échange social et de pratique culturelle (Desbarat, 2020 ; Chantepie, 2021 ; Maltby, 2011 ; Manning, 2020 ; Mary, 2022 ; Plasseraud, 2021 ; Weber-Houde, 2022). Selon Bimbenet (2007, p.7) « le cinéma participe à la démocratisation de la société par deux voies : la première est celle de la représentation, permettant à toute personne de se voir et de s'identifier à l'écran ; la seconde, la plus importante, provient de la fréquentation hétérogène des salles de cinéma, où “toutes les classes sociales se mélangent dans un même

rituel et participent aux mêmes émotions », alors même que le cinéma peut également souligner des différences sociales et des clivages entre les publics (Kaya, 2022, Knight, 2013 ; 2011)

Selon Massey, il existe une expérience du cinéma, et celle-ci « est un produit de relations, un système cohérent et fermé au sein duquel, tout est (déjà) lié à tout le reste ». (2005, p.11). Il existe alors de nombreuses façons de comprendre le lien entre les sociétés et le cinéma, car celui-ci est (i) le produit d'interrelations entre l'immensité du global et l'intime du minuscule, (ii) le produit de la multiplicité des trajectoires distinctes, (iii) une construction, jamais terminée, jamais fermée (Massey, 2005, cité dans Anderson, 2008). Le cinéma, du fait de son dispositif particulier et de l'architecture de son espace, possède alors la capacité d'être en même temps une expérience sociale et individuelle, unique et partagée, quotidienne et extraordinaire.

1.2. LE CINEMA ET LA MENACE FANTOME

L'interdépendance du cinéma aux sociétés dans lesquelles il s'inscrit le confronte perpétuellement à un avenir incertain, produisant le récit de sa disparition annoncée ; causée par de nouveaux dispositifs technologiques (télévision, vidéo à domicile, Internet, plateformes, smartphones, etc.) ou le déclin général d'une forme d'art révolue pour d'autres manifestations plus modernes (Denby, 2012 ; Friedberg, 1999 ; Gaudreault et Marion, 2013 ; Jacobson et al., 2012 ; Sontag, 1996). Le numérique est ainsi aujourd'hui au centre de toutes les discussions sur les industries culturelles et créatives (Benghozi et al., 2021 ; Landoni et al., 2020 ; Ruiz et al., 2021), et le cinéma n'en fait évidemment pas exception. Celui-ci portant dans son développement actuel et ses perspectives futures la modification des modes de production, de réalisation et de visualisation des films - autant que de multiples menaces et opportunités pour l'ensemble de la filière (Culkin et Randle, 2003 ; Odin et al., 2012), remplaçant irrémédiablement « la dynamique traditionnelle entre le projecteur, l'écran et le public » (Friedberg, 1999, p.440, cité dans Nikdel, 2015). Parallèlement, la consommation de

films depuis les années 1950 s'est aussi faite à l'extérieur des salles de cinéma, du fait de l'adoption généralisée d'une série de technologies de visionnage à domicile. À l'avant-garde de ce changement, la télévision a dès les années 1960 permis aux spectateurs de mieux contrôler le contenu et les conditions de ce qu'ils regardent. Une capacité ensuite étendue par la VHS, le DVD, le Blu-ray, les enregistreurs numériques (Ansari et al., 2015), puis plus récemment par les nouvelles plateformes de streaming qui offrent une multitude de choix quant aux fictions à regarder et conditions de visionnage, tout cela au sein des structures sociales et organisationnelles spécifiques de la sphère domestique (Aveyard et Moran, 2011).

Notre recherche ambitionne donc, au travers d'une série d'entretiens avec les acteurs chargés de la gestion et de l'animation des salles de cinéma en France, de comprendre quels sont les ressorts spatiaux et managériaux qui permettent à cette pratique culturelle de résister aux différents changements externes/internes du cinéma. S'il est désormais difficile d'imaginer la salle de cinéma comme le seul lieu authentique et véritable de visionnage des films (Beinart, 2005 ; Mary, 2022), notre recherche exploratoire s'intéresse à caractériser l'expérience de cinéma (Baudry, 1975 ; Maltby et al., 2011 ; Metz, 1981 ; Nikdel, 2015), ainsi que les pratiques spatiales et organisationnelles leur permettant de résister aux formes alternatives de visionnage des films.

2. CADRE THÉORIQUE

2.1. LA SALLE PARTAGÉE ET L'AUDIENCE COLLECTIVE

Selon Hanich (2017, p.3), « lorsque nous regardons un film avec d'autres, partageant l'écran d'une salle de cinéma, nous faisons partie d'une constellation collective qui a un certain effet sur notre expérience cinématographique, qu'elle soit positive ou négative [...] Non seulement nous nous attendons à suivre une projection ininterrompue d'un film dans un espace sombre,

mais nous nous attendons également à franchir le seuil d'une salle publique séparée du monde extérieur, un espace avec des règles de comportement spécifiques dans lequel nous rencontrons d'autres personnes ». Selon Baudry (1978), la disposition des différents éléments : du projecteur, en passant par la salle obscure jusqu'à l'écran et le système sonore, tous ces éléments participent à la constitution d'un imaginaire par le biais d'un dispositif mêlant conjointement une absence de mouvement et une stimulation visuelle. Une vision partagée par Odin (2000), selon qui le contexte du visionnage est aussi important que le texte et sa diffusion, affirmant que l'engagement d'un spectateur vis-à-vis d'un film varie en fonction du contexte dans lequel il se situe.

Si l'expérience de cinéma réside dans le lieu spécifique qu'est la salle obscure dans laquelle est projeté le film partagé par l'audience collective, celle-ci débute bien avant la projection. Car en effet, les cinémas dépendent également de conditions géographiques, physiques, concurrentielles et économiques (Aveyard, 2011 ; Clarke, 1997 ; Coate et al., 2017 ; Roy et Le Roy, 2011 ; Shiel et Fitzmaurice, 2011 ; Srinivas, 2010) qui déterminent leurs conditions d'ouverture, leur positionnement sur le territoire, l'architecture de leurs espaces et leurs relations sociales. Le conditionnement du public se rendant au cinéma est lui-même déterminé par des conditionnements culturels et psychologiques pré-établis. Ainsi, selon Barthes (1975, p.104), il y a une « situation de cinéma, et cette situation est pré-hypnotique. Suivant une métonymie vraie, le noir de la salle est préfiguré par la rêverie crépusculaire qui précède ce noir et conduit le sujet, de rue en rue, d'affiche en affiche, à s'abîmer finalement dans un cube obscur, anonyme, indifférent, où doit se produire ce festival d'affects qu'on appelle un film. Dans ce noir du cinéma (noir anonyme, peuplé, nombreux, gît la fascination même du film (quel qu'il soit). Évoquez l'expérience contraire : à la TV, qui passe elle aussi des films, nulle fascination : le noir y est gommé, l'anonymat refoulé ; l'espace est familier, articulé (par les meubles, les

objets connus), dressé ». En tant que spectateurs, nous formons notre construction des souvenirs à partir à la fois des textes, des films, mais également de leurs représentations.

L'ouvrage collectif coordonné par Maltby, Biltereyst et Meers (2011) propose ainsi d'analyser le cinéma comme une expérience sociale, plutôt que comme une expérience essentiellement textuelle. Partageant le même postulat, Kuhn (2002 ; 2004 ; 2011) identifie trois formes ou modes de mémoire cinématographique. Il s'agit, tout d'abord (a) de scènes ou d'images de films dont on se souvient, ensuite de (b) souvenirs situés de films et enfin, de (c) souvenirs de cinéma. Ces formes de souvenirs n'étant pas distinctes, mais peuvent même dans certains cas se fusionner - impliquant des souvenirs de l'activité consistant à aller au cinéma. Selon Kuhn (2004) dans le monde remémoré au cinéma, le temps possède lui aussi quelque chose de ce mélange d'utopie effectivement localisable caractérisant, l'espace autre, l'hétérotopie foucauldienne (1986). « Ainsi, la temporalité du cinéma dans le monde rejoint la temporalité du monde dans le cinéma » (Kuhn, 2004, p.109). Il nous paraît désormais intéressant d'observer et d'analyser les conditions d'élaboration de ces espaces d'expériences individuelles et collectives.

Il convient alors de regarder ce qu'il se passe autour de l'écran, orchestré par les artisans de ces espaces, l'ingénierie derrière la production, les rouages derrière ce qu'il se trouve constamment entre le réel et l'imaginaire, et décrire ainsi la fabrique derrière l'imaginaire.

2.2. L'EXTRAORDINAIRE AU QUOTIDIEN

Pendant près d'un siècle, la sortie au cinéma a été vécue comme un événement à mi-chemin entre le quotidien et l'extraordinaire. Les spécialistes du cinéma ont depuis longtemps démontré que la fréquentation des salles de cinéma est façonnée non seulement par le contenu de l'écran, mais plus encore par la variété des moments et des lieux dans lesquels les projections ont lieu

(Aveyard et Moran 2011 ; Fuller-Seeley, 2008 ; Maltby et al., 2011 ; Waller, 2005). Les motivations et les expériences cinématographiques sont liées au caractère immersif de l'expérience théâtrale et de l'événement social (Van de Vijver et Biltereyst, 2013).

Il existe une géographie historique, une relation spécifique entre le cinéma et la spatialité en général (Clark, 1997 ; Lury et Massey, 1999). Dans son histoire de l'exploitation cinématographique, « Shared Pleasures », Gomery (1992) affirme que la chaîne Balaban et Katz est devenue l'exploitant le plus prospère et le plus imité des années 1920, bien que ses cinémas n'aient eu au départ qu'un accès limité aux meilleurs films d'Hollywood. Ses cinémas se distinguent par cinq caractéristiques principales : l'emplacement, les bâtiments, le service, les spectacles et l'air conditionné. À titre d'exemples, l'augmentation du nombre d'écrans, l'introduction de nouveaux services et formes d'abonnement, le regroupement dans des centres commerciaux ; tout cela a augmenté le nombre de clients potentiels des salles de cinéma (Hubbard, 2003 ; Roy, 2006). L'une des principales conclusions de la recherche historique sur l'expérience sociale du cinéma est que la fréquentation du cinéma a moins porté sur des films particuliers que sur les expériences entourant cette activité (Van de Vijver 2016 ; Van de Vijver et Biltereyst 2013). Collectivement, ces chercheurs et d'autres ont contribué de manière importante à l'élargissement du champ d'investigation cinématographique (Aveyard et Moran, 2011). Morley (1992 ; 2017) a déclaré que le cinéma est mieux compris comme ayant vendu une habitude, un certain type d'expérience socialisée. Les contenus extraordinaires des événements présentés par le cinéma à ses spectateurs étaient si souvent répétés, que ce contenu extraordinaire est devenu partie intégrante du rituel. Ainsi, ce qu'il y a peut-être de plus impressionnant dans le cinéma, comme cela le fut auparavant analysé pour le cirque, c'est sa capacité à rendre quotidien une forme d'extraordinaire (Allen, 2011, Swedberg, 2005), par un processus de routinisation (Weber, 1921/1978).

En comparaison, de nombreux chercheurs ont considéré le cirque comme une organisation particulière fondée sur d'autres valeurs et modes de gestion (Beadle et Könyôt, 2006 ; Davis, 2002 ; Lafortune et Bouchard, 2011 ; Parker, 2011). Popularisé au 19^e siècle, le cirque fut le lieu de toutes les alternatives et préfigura les hétérotopies pensées depuis les marges de la société (Little, 1995). « Le cirque est le lieu où les corps humains sont soumis à des traitements inhumains et les animaux témoignent d'une intelligence humaine. La nourriture est excessivement volumineuse ou sucrée, les bruits sont forts et douloureux, les odeurs sont intenses, les couleurs sont éclatantes et la sincérité et la violence sont masquées par un nez rouge » (Parker, 2011, p.2). Véritable alternative organisée et suspendue dans le temps au sein de laquelle l'irréel et l'impossible se réalisaient, le cirque était un lieu qui transgressait les normes (Adams, 2001). Il était aussi le lieu des autres, individus parfois marginalisés et qui le temps d'un moment se trouvaient à côté de ceux considérés comme normaux (Beadle, 2003). Les chercheurs ayant travaillé sur l'organisation du cirque ont également montré la relation étroite entre une valorisation interne qui caractérisait la valeur d'un « bon spectacle » et la valorisation externe qui résultait de la renommée, du pouvoir et du profit (Beadle et Konyot, 2006). Ce savant mélange permettait à l'exécution de la performance et à la vie en communauté de devenir les finalités du cirque (Cottle, 2006).

Cependant, la nature alternative du cirque fut peu à peu sapée par l'introduction d'une logique de gestion. Dans un premier temps, les recherches concernant le cirque ont montré la quantité de travail(leurs) mobilisée au quotidien. Ils ont montré dans un second temps comment le cirque moderne, afin de se reproduire aux quatre coins du monde, s'est équipé « d'une combinaison de capitalisme entrepreneurial, de marketing, d'urbanisation et de transport de masse » (Parker, 2011, p.10). En étudiant l'évolution des grands cirques modernes au début du 20^e siècle, Davis (2002) montre la mise en place d'une structure et d'un plan visant à assurer la pérennité des grands cirques et l'introduction d'une division du travail de plus en plus hiérarchisée. Les

travailleurs et les artistes interprètes reçoivent progressivement des salaires en fonction de leur position dans la hiérarchie. Enfin, les grands cirques mirent en place « des règles précises en matière de comportement, de consommation d'alcool, de tenue vestimentaire » (Davis, 2002, p.76) afin de réguler les comportements dans la communauté.

Comme conclue par Parker (2011) à la fin de son article, la croissance de l'industrie cinématographique au 20^e siècle a transformé les cirques en cinéma, les acrobaties en effets spéciaux et les sauts à cheval par des super-héros tissant des toiles à travers les immeubles. Par bien des caractéristiques, les cinémas et leurs salles rejoignent les cirques et leurs chapiteaux. De plus, les pratiques d'organisation à l'intérieur de ces espaces, dans lesquels se fabriquent spectacles et imaginaires sont toujours présentes, et les acteurs œuvrant à leur fonctionnement quotidien restent encore à être observés, entendus et compris. Cette recherche s'attache alors à comprendre ce qu'il se déroule tout autour de l'écran, non pas seulement derrière (analysant de fond en comble les conditions de production des films), mais bien dans l'architecture de l'espace. De la programmation des différents films, en passant par les discussions autour du comptoir à billets, de la machine à popcorn, jusqu'à la projection et au nettoyage des salles. L'objectif devient alors de rendre compte du quotidien derrière la production de l'extraordinaire - du réel derrière l'appareil à fiction.

3. MÉTHODOLOGIE

3.1. LE PROJET DE RECHERCHE

Les recherches en sciences sociales se sont attachées régulièrement à analyser les films en tant que matériaux textuel et symbolique (Dorion et al., 2018 ; Martin et Telier, 2022 ; Parker, 2018 ; Szpirglas, 2023) Nous postulons ici qu'il existe dans le fait de se rendre au cinéma une véritable expérimentation sociale et que celle-ci est constitutive de l'existence même des cinémas - par

delà la numérisation et la digitalisation de ces contenus. Il s'agit alors dans cette recherche de venir caractériser cette expérience de cinéma du côté des personnes qui la font vivre. Nous nous attachons à regarder particulièrement les pratiques spatiales et d'organisation (Czarniawska, 2004 ; de Vaujany et al., 2023) qui se trouvent derrière l'animation d'un cinéma. Peu d'études en sciences de gestion se sont saisies du cinéma en tant qu'espace de travail, d'organisation et de socialisation alors que celui-ci regorge de métiers, d'individus et de formes de travail différents. Mais également, car cette organisation participe d'un projet plus grand à la fois à l'intérieur de la cité, espace dans lequel il se situe, que dans le regard des personnes qui viennent s'y rendre quotidiennement, de manière hebdomadaire ou le temps d'un instant. Nous décidons de nous concentrer non pas sur les spectateurs, comme cela est régulièrement fait dans les études sur l'expérience du cinéma, mais sur les acteurs de sa production ; qui côtoient et animent le cinéma de façon quotidienne, de jour comme de nuit, en semaine comme en week-end, été comme en hiver, en période de forte affluence comme désertique. Nous faisons le choix ici d'analyser les changements de consommation du cinéma, non pas sous l'angle des productions cinématographiques, mais plutôt par les conditions de sa consommation et plus particulièrement la salle de cinéma. Cette problématique devrait nous permettre d'explorer les dynamiques complexes entre les espaces physiques des salles de cinéma, les nouvelles technologies numériques et les pratiques des spectateurs.

3.2. LA COLLECTE DES DONNEES

S'agissant d'une recherche en cours de réalisation, le processus de collecte des données n'est pas clos à la date de soumission de la présente communication. La phase de collecte des données empiriques a en effet débuté au cours de la seconde moitié de 2023 et sera poursuivie au cours de 2024. Le choix de l'étude qualitative en lien avec notre objet de recherche nous a conduits à collecter deux types de données conformément aux principes de cette méthode de recherche

(Eisenhardt, 1989 ; Yin, 2015) : des données primaires et des données secondaires. Ces dernières ont été collectées via les principales sources publiques de données préexistantes sur l'industrie française du cinéma. En particulier, nous avons enrichi notre compréhension du cas en explorant les récentes publications (rapports, études, statistiques) produites par l'organisme de régulation du cinéma en France : le centre national de la cinématographie (CNC). La conduite de recherches précédentes au sein de cette industrie nous a également permis de bénéficier d'une connaissance empirique des différents profils de salles de cinéma et des enjeux propres au secteur de l'exploitation : investissement et architecture des salles, normes, saisonnalité de l'activité, impacts de la projection numérique, concurrence entre les salles, spécificités du système français, règles de répartition des recettes, fonctionnement de la filière, etc.

Concernant les données primaires, nous avons réalisé une première phase d'entretiens semi-directifs auprès des acteurs dont le métier est l'exploitation de salles de cinéma. Afin de garantir une diversité des profils de salles de cinéma, nous avons ciblé différents profils d'exploitants de salles tant sur le plan de leur lieu d'implantation géographique que sur le plan de la taille et du positionnement de leur salle. Les activités cinématographiques étant relativement encadrées par les pouvoirs publics au sein du marché français, nous avons également collecté des données auprès de l'acteur public du secteur qu'incarne le CNC (Centre National de la Cinématographie). Le tableau 1 synthétise les principales données concernant les entretiens réalisés à fin 2023.

Tableau 1. La collecte des données primaires

Organisation	Catégorie d'exploitation et type de programmation	Fonction du répondant	Durée de l'entretien
Entretiens auprès des exploitants de salles de cinéma			
Entretien 1	Petite exploitation indépendante	Directeur	180 min
Entretien 2	Petite exploitation indépendante	Directeur	120 min
Entretien 3	Petite exploitation indépendante	Directeur	120 min
Entretien 4	Filiale d'un groupe d'exploitant de salles de cinéma	Projectionniste - responsable d'accueil	50 min
Entretien 5	Réseau d'exploitation indépendante, cinéma art et essai, programmation VO	Projectionniste - responsable d'accueil	50 min
Entretien 6	Réseau d'exploitation indépendante, cinéma art et essai, programmation VO	Directeur du complexe de salles (7 salles)	40 min
Autres parties prenantes et experts de l'exploitation cinématographique			
Entretien 7	Organisme public de régulation et de promotion des activités cinématographiques en France	Directeur du service de l'exploitation	80 min

3.3. LE TRAITEMENT DES DONNEES

Les entretiens réalisés ont été tous enregistrés, intégralement retranscrits et analysés à travers une codage thématique (Miles et Huberman, 1994) en lien avec le cadre théorique présenté ci-avant et les thèmes abordés dans le guide d'entretien (cf. tableau 2). L'analyse du matériau empirique a été menée en retenant plusieurs des techniques d'interprétation des données proposées par Miles et Huberman : identification d'arguments récurrents dans les discours des

répondants (« patterns »), subdivision de certaines variables centrales de l'analyse (ex. : les différents espaces composant le lieu « salle de cinéma ») et l'observation de relations entre variables (ex. : le lien entre la temporalité et la nature de l'activité de la salle de cinéma).

Tableau 2. L'analyse thématique des données primaires

Thèmes	Sous-thèmes	Objectifs d'analyse
L'histoire de la salle de cinéma et ses évolutions	Date de création Principaux faits marquants Transformations apportées à la salle Activités quotidiennes et hebdomadaires Positionnement de l'offre Problèmes rencontrés Perspectives d'avenir Journée/semaine types	Comprendre l'histoire de la salle de cinéma et son positionnement Comprendre comment la salle fonctionne (fonctions, planning, compétences, offre de films proposée, etc.) Comprendre quels sont les principaux enjeux en termes de développement
La salle de cinéma dans l'espace public	Lien avec la municipalité Rôles joués par la salle dans la vie des habitants	Comprendre comment les acteurs de la salle de cinéma prennent part à la vie culturelle et quel rôle joue le cinéma dans la vie des habitants
L'animation de la salle de cinéma	Public visé Expérience du spectateur Actions mises en place pour attirer/fidéliser le public Conférences, rencontres, avant-premières et événements Espace d'accueil dans le cinéma Place accordée à la restauration Services proposés	Comprendre comment les acteurs de la salle de cinéma envisagent leur rôle Comprendre comment le métier d'exploitant se conçoit différemment selon le profil des salles
La structure de la salle de cinéma	Eléments architecturaux Rénovation Agencement des différents espaces Nouvelles technologies de projection, de réservation, etc.	Comprendre comment les acteurs pensent la salle de cinéma sur le plan spatial

4. RÉSULTATS PRÉLIMINAIRES

4.1. UN LIEU AUX MULTIPLES ESPACES, IDENTITES ET TEMPORALITES

Le premier résultat de notre étude exploratoire révèle les imbrications entre le cinéma et l'espace qui l'entoure. Nous avons vu dans les précédents paragraphes que le cinéma, à titre d'organisation et de réseau de relations humaines, est inéluctablement inscrit dans un autre réseau de relations spatiales, géographiques, relationnelles et culturelles. Le cinéma doit ainsi être appréhendé du point de vue de sa situation géographique, du nombre d'habitants que composent son territoire et de leurs habitudes de vie et de consommation. Le cinéma est également inscrit dans son temps, lorsqu'il doit prendre en compte les avancées techniques de son propre champ, mais également les contraintes temporelles des individus qui l'occupent, plus ou moins le temps d'un instant ; que cela soit les heures et les jours d'ouverture, la fin de journée de travail, les périodes de vacances scolaires, les saisons ; tout cela participe du quotidien d'organisation du cinéma.

Les cinémas se sont beaucoup déplacés dans l'histoire, on continue à bouger, à construire beaucoup de nouvelles salles, à déménager beaucoup de cinémas, pour être au plus proche des habitudes des gens. Mais tout le monde a compris que la mode de l'externalisation en dehors des centres-villes est passée. [...] Il y a une volonté de ne pas avoir un train de retard sur ces sujets dans la profession. Ce qu'on voit passer aujourd'hui, ce sont plutôt des projets de centre-ville. [...] Il y a l'idée que la modernité n'est plus dans ces cinémas dans des centres commerciaux, même si certains fonctionnent encore très bien.

(Entretien avec un expert de l'exploitation des cinémas #7)

Moi, je pense que le cinéma est un des lieux culturels phares de la ville. Je ne le dis pas pour nous montrer beau, mais, quand on voit le nombre de sollicitations par d'autres lieux culturels, que ce soit le théâtre [anonymisé], pour faire du travail en commun, ça veut dire qu'on a une place reconnue. Le nombre de témoignages de spectateurs et spectatrices qui nous disent « s'il n'y avait pas le [anonymisé], je serai parti de Nîmes, depuis longtemps ». Les chiffres d'entrées qu'on fait sur les films par rapport à des villes, peut-être, un peu plus importantes et la qualité du travail depuis des années perdure et paie. Donc, je pense qu'on a une belle place dans le milieu culturel nîmois. **(Entretien avec un exploitant de salle de cinéma #2)**

Il faut comprendre aussi l'en-dehors du cinéma pour comprendre le cinéma, parce que, nous, on accompagne la consommation des gens. [...] On est toujours en train de jouer, si on veut faire des entrées, on veut vraiment performer avec cet outil, il faut parfaitement comprendre la ville et où sont les zones d'attraction, comment ça vit, les retours de plage, il faut même presque connaître les horaires des marées. C'est un truc de fou, mais c'est vrai. [...] Il faut anticiper la météo. Vous pouvez rater votre séance du soir et on sait que, l'été, le soir est primordial.. **(Entretien avec un exploitant de salle de cinéma #1)**

Mais il arrive que le cinéma parvienne à se positionner en dehors du temps et de l'espace, devenant son propre repère et sa propre boussole, produisant ses propres conditions de fonctionnement et jouant toujours avant les caractéristiques d'espace et de temps. Le cinéma, en tant que vecteur culturel, économique et artistique, exerce une emprise unique sur la perception du temps et de l'espace. Contrairement aux nouvelles plateformes de création de contenu, qui offrent une multitude d'options et une expérience d'écran infinie, la salle de cinéma propose une expérience bien définie, à la fois limitée et intemporelle. Au cœur de cette singularité se trouve la notion d'un espace-temps spécifique, conçu pour immerger les spectateurs dans un autre monde, et cela dès l'ouverture des portes. Le temps s'écoule de manière inaltérable, obligeant les spectateurs à s'abandonner pleinement à l'histoire qui se déroule devant eux. Cette temporalité définie contribue à créer une expérience immersive, détachée des distractions potentielles de l'extérieur. La salle de cinéma, en tant qu'espace-temps limité, offre une parenthèse dans laquelle le spectateur est invité à se laisser emporter par le pouvoir narratif du cinéma, sans l'ombre des distractions domestiques ou professionnelles. En ce sens, la salle de cinéma n'est pas simplement un lieu de projection, mais un sanctuaire temporel où ce sont ses limites qui forgent l'expérience unique.

Aujourd'hui, le cinéma devient un peu comme un fil, ce qui devait tuer le cinéma, Instagram, Facebook, etc., les gens se réunissaient chez eux. [...] Netflix n'a pas compris, leur mode économique ne fonctionne pas parce qu'il y a trop de choix. Quand vous avez un cinéma de 7 salles comme le nôtre, vous éradiquez les choix. C'est ça ou rien. C'est un truc tout con, mais c'est ce qui fait, depuis 100 ans, le sel du cinéma, c'est que vous arrivez, vous avez une affiche, vous avez un horaire qui est défini, il faut se déplacer, il y a un acte. Quand vous regardez la télé, vous n'avez rien foutu, « hier, je me suis vautré dans le canapé, je

n'ai rien fait », c'est-à-dire que, même s'il y a eu un film qui vous intéressait, ou une série, la première chose que vous dites, c'est que vous n'avez rien fait. Vous allez au cinéma, vous dites que vous allez au cinéma. **(Entretien avec un exploitant de salle de cinéma #1)**

Pour moi, je trouve que le cinéma, c'est comme une salle de théâtre, comme une salle de concert. C'est vraiment une diffusion d'art, donc, je pense que chaque ville a besoin d'avoir un cinéma. Déjà, c'est un lieu qui rassemble, aussi, même si on ne parle pas. C'est quand même un lieu fort, c'est-à-dire qu'on est plongé dans le noir, avec que des inconnus, autour de nous, pour voir la même chose, on ne sait pas ce qu'on va voir, parce que, la plupart du temps, c'est une œuvre unique, donc on va découvrir, tous ensemble, une œuvre unique qui va disparaître après 2 heures. Je trouve que c'est une osmose entre spectateurs, le silence qui règne dès que le film débute, tout le monde parle avant le film et, dès que le film commence, la salle plonge dans le noir et le silence apparaît. Je trouve que c'est une harmonie qui est nécessaire pour la vie d'une ville, de mon point de vue, on en a besoin. Justement, le lieu comme on l'avait en centre-ville, donc un bâtiment art déco, c'est des bâtiments qui sont riches en histoire, une histoire pure qui traverse les âges, donc, c'est des lieux qui sont indémodables à tout jamais. L'architecture du bâtiment fait que ça restera indémodable, c'est des lieux chaleureux où on a envie de rentrer. On a envie de passer la porte, qu'est-ce qu'il y a derrière ce bâtiment original. **(Entretien avec un projectionniste de salle de cinéma #4)**

À 8h du matin, par exemple, personne ne prend du popcorn, tu as 2 personnes qui en prennent sur 100 spectateurs. À 16h, tout le monde prend du pop-corn, c'est des moments de vente, aussi, où on peut voir l'évolution. Du coup, les salles subissent aussi, on rentre dans une salle à 13h ou on rentre dans une salle à 18h, ce n'est pas la même salle, elle a plus subi à 18h, parce qu'on n'a pas un système de nettoyage exceptionnel. Donc, on fait encore le nettoyage tôt le matin et, après, on a que des balayettes, donc on ne peut pas passer partout, dans tous les angles, où on veut pour nettoyer parfaitement la salle. Donc, on voit, petit à petit, que la salle vit et évolue. La température monte petit à petit, aussi, parce que, plus il y a de spectateurs, malgré la climatisation, la température de la salle monte, donc, ce n'est pas du tout le même univers quand tu rentres en salle et quand tu en sors. **(Entretien avec un projectionniste de salle de cinéma #5)**

Le territoire français possède une grande diversité quant à l'exploitation des films sur grand écran, entre les grandes chaînes d'exploitation situées dans les grandes villes, les multiplexes complétant les centres commerciaux, les réseaux d'exploitants indépendants, les salles de cinéma d'art et essai subventionnées, etc. Cette diversité spatiale reflète de l'extérieur une segmentation, mais peut également révéler à l'intérieur une possibilité de multiplicités des espaces et identités. Les entretiens soulignent comment les spectateurs peuvent se sentir déplacés en passant d'un cinéma à l'autre. Lorsqu'ils fréquentent le cinéma plus prestigieux, ils ont l'impression de ne pas être à leur place en raison de leurs habitudes cinématographiques

habituelles. Cette dualité de perception peut générer au sein du cinéma un lieu d'altérité, ou au contraire un chez-soi.

Le cinéma peut alors être le lieu dans lequel on peut assister à la projection d'un film « art et essai » pointu en version originale, tandis que d'autres spectateurs viennent voir des films plus populaires. Cette coexistence de genres cinématographiques différents dans un même espace crée une multiplicité des espaces culturels dans lequel des publics variés se côtoient. Cette démarche correspond à une tentative de transcender les frontières traditionnelles entre les types de cinéma, créant ainsi un lieu social où des publics divers peuvent se retrouver dans un même espace culturel. Le cinéma, en tant que lieu de convergence culturelle et de narration visuelle, se distingue par sa capacité unique à juxtaposer au sein d'un même espace physique des individus aux attentes et aux identités multiples. Des amateurs d'œuvres d'art et essai en quête de profondeur narrative et de créativité visuelle peuvent se retrouver assis à côté de passionnés d'action en quête d'adrénaline, avides des derniers blockbusters à succès. Cette coexistence d'attentes disparates existe à l'intérieur du cinéma, dans le hall, autour d'un café, d'une bière, faisant la queue pour acheter un billet, ou partageant un moment d'attente avant la séance, mais disparaît lors de la projection, par un effet d'espace lorsque deux salles séparent les projections, ou par un effet temporel, lorsqu'une salle identique projette deux envies et imaginaires distincts en fonction des heures de projection. Cette cohabitation temporaire d'identités multiples souligne la puissance du cinéma en tant que médium universel en dehors des préférences personnelles.

Ici dans la file d'attente, tout le monde a l'impression d'être à sa place. Vous pouvez aller au [anonymisé], sur les Grands Boulevards, à Paris, qui est magnifique, c'est une salle qui est géniale, j'adore ce cinéma, je rêverai d'avoir un cinéma comme ça, mais ce n'est pas un cinéma populaire. Quand vous avez l'habitude d'aller voir des « Mission Impossible » et compagnie, et que vous vous retrouvez dans ce cinéma, vous avez l'impression de ne pas être à votre place. Tout ce qui vous entoure vous fait comprendre que vous n'êtes pas à votre place. [...] Ici, on peut avoir un film art et essai très pointu en VO, et avoir des couillons qui viennent voir, avec la casquette à l'envers, Le Challenge, qui est un American Pie d'aujourd'hui, prendre du popcorn et converser avec la personne qui va voir un film espagnol ultra art et

essai. Et, je trouve ça tellement beau. [...] En fait, l'esprit de ce cinéma, notre ligne éditoriale, elle n'est générée que par ça, ouvrir le cinéma au plus grand nombre. **(Entretien avec un exploitant de salle de cinéma #1)**

C'est un lieu où les gens viennent et peuvent croiser d'autres gens, manger ou pas ensemble, discuter après un film, aller boire une bière sur le boulevard, peu importe, c'est un lieu. Il y a 6 salles de cinéma, la cafétéria, je l'appelle la 7^e salle du cinéma, parce que c'est un endroit où les gens vont se croiser, ils vont parler, échanger, et ça, c'est par rapport au public, lui-même. Et, depuis que j'ai pris la direction, j'ai complètement ouvert le cinéma à toutes les demandes associatives de soirées débats, d'animations, la défense de l'écologie, du patrimoine, et plein de choses. [...] On a, par exemple, une convention dont je suis particulièrement fier, c'est avec l'IFME, l'Institut de Formation aux Métiers Éducatifs, avec les éducateurs, et ça fait 5 ou 6 ans que je l'ai signée. Et, tous les ans, il y a des étudiants qui viennent, voient le film pendant 1h30, 2h, ils vont fumer une clope, dehors, et puis, ils reviennent, et ils ont un intervenant qui vient, pendant ¾ d'heure, et ils me disent « on a plus appris, en une matinée, avec un film et un intervenant, qu'en deux ou trois jours de cours théoriques, sur lesquels il faut copier, polycopier, on nous projette des trucs, etc. ». Donc, il y a des choses comme ça qui se passe au [anonymisé] et moi, c'est ce que je veux, je veux que les gens s'approprient le [anonymisé], c'est-à-dire que ça devienne leur outil, à eux, culturel, linguistique, ou ce qu'ils veulent, mais qu'ils se servent du Sémaphore. **(Entretien avec un exploitant de salle de cinéma #2)**

Si le cinéma possède la même localisation tout au long de l'année et au cours de la journée, son espace peut lui se modifier en fonction de l'événement produit, comme c'est le cas d'une soirée de Nouvel An, de la programmation d'une session horripilante lors des vacances d'Halloween, mais cela peut également être dû à des événements extérieurs tels que la sortie d'Avatar 2 qui amène une masse de public jeune beaucoup plus importante à découvrir l'univers des salles obscures, ou encore des fortes chaleurs ou pluie qui vont faire se réfugier dans les salles de cinéma un public en quête d'évasion, de climatisation et de confort. Ainsi, le cinéma se révèle être bien plus qu'une simple projection d'images en mouvement sur un écran. C'est un lieu où la diversité trouve son expression la plus authentique, où les attentes et les identités multiples convergent dans un lieu identique pour créer une expérience collective. Cette capacité à juxtaposer et à unifier au sein d'un même lieu constitue l'expérience du cinéma. Il y a quelque chose d'intéressant dans le cinéma en tant que lieu unique, il peut être le lieu de croisements de populations différents - lorsque le cinéma en tant que lieu tend à re-segmenter à la fois son espace et sa population, il recrée des distances entre les populations.

4.2. L'EVENEMENT EXTRAORDINAIRE, ET LES TACHES QUOTIDIENNES.

L'utilisation d'événements au sein des salles de cinéma s'est révélée être une stratégie essentielle pour revitaliser ces espaces traditionnels dans un paysage de consommation de contenu audiovisuelle en métamorphose. Au-delà de la projection de films, les cinémas adoptent désormais une approche holistique, transformant ces lieux en des centres d'activités culturelles et sociales. Ces événements ne sont plus simplement des occasions spéciales, mais des éléments clés de la programmation cinématographique. Des projections en plein air aux soirées à thème, en passant par les rencontres avec des réalisateurs et les festivals de films, ces initiatives élargissent la palette des expériences proposées par les cinémas. Les cinémas deviennent ainsi des lieux de rencontre, offrant à la communauté locale des occasions de se rassembler, de partager des passions communes et de participer à des activités culturelles. Ces événements ne se limitent pas seulement à la projection de films, mais intègrent également d'autres formes d'art, de la musique en direct aux expositions artistiques, créant ainsi une synergie entre les différentes expressions culturelles.

Il y a une tendance à l'événementialisation dans les salles qui peut se faire autour du cinéma ou d'autre chose (opéra, concert, etc.), mais elle se fait essentiellement autour du cinéma. Il y a un peu de hors film, mais ça ne prend pas beaucoup de place sur les écrans c'est plutôt marginal. C'est des façons pour le cinéma d'être au centre de l'espace culturel de sa ville et de rentabiliser des moments creux aussi, on va faire des jeudis soirs (...) l'événementialisation répond vraiment à un besoin de convivialité de la salle et de vivre un truc collectif qui n'est pas seulement juste voir le film, mais tout un enrobage autour on reçoit les équipes on fait des quizz, etc. Les salles se sont hyper engouffrées là-dedans parce que ça marche, mais c'est assez épuisant pour elles. **(Entretien avec un expert de l'exploitation des cinémas #6)**

On est un cinéma familial, parce que c'est une famille qui est à la tête du cinéma, mais il se veut aussi familial, parce qu'on a créé une famille autour de ce cinéma, qui s'appelle la *[anonymisé]* Family, qui est un cocon ouaté qui protège, qui se réinvente en permanence, qui est engageant, pour pas dire, sexy, qui donne envie d'être là. Hier, on a fait une location de salle, on a créé un événement autour d'une toute petite école de musique, avec un professeur à la guitare, on a emmené tous ses élèves, on a fait 100 personnes autour de la musique de gitans, c'était juste extraordinaire, c'était hors temps. On a créé comme une guinguette devant le cinéma, on a fait venir une caravane qui fait des galettes et des saucisses. Ses galettes, c'est du blé noir qu'il produit lui-même et qu'il vient moulinier pour faire sa farine et ses saucisses, c'est ses cochons. Un truc, si on voulait le faire, ça serait compliqué. Tout était bon, les enfants et les adultes cohabitaient, ça sentait la famille, c'était extraordinaire. **(Entretien avec un exploitant de salle de cinéma #1)**

En fin de compte, l'utilisation d'événements au sein des salles de cinéma n'est pas seulement un moyen de rester pertinent dans un paysage médiatique en constante mutation, mais aussi une manière innovante de recréer des espaces qui, autrement, pourraient être considérés comme obsolètes. Ces initiatives (re)dynamisent les cinémas en tant que lieux de rassemblement culturels, ancrés dans la communauté, où le cinéma n'est pas simplement une expérience visuelle, mais un élément central d'une vie culturelle plus riche et diversifiée.

Cependant, l'émergence de ces nouvelles pratiques visant à maintenir la vitalité des cinémas ne se fait pas sans une réorganisation significative des rouages internes de ces établissements. La multiplication des événements, des projections spéciales et des collaborations culturelles a engendré une complexité croissante des tâches au sein des cinémas. La professionnalisation des individus travaillant au sein des cinémas est un aspect crucial de cette transformation. Les équipes sont désormais composées de professionnels dotés de compétences diversifiées, allant de la programmation culturelle à la gestion d'événements, en passant par le marketing et la communication, l'animation des réseaux sociaux, l'architecture des espaces, l'animation des événements, la projection des films, et la mise en place des salles. Les individus travaillant à l'intérieur des cinémas ne sont plus simplement des opérateurs de projection, mais des experts de l'expérience cinématographique dans son ensemble. Leur expertise contribue à créer des événements et à maintenir l'attrait des cinémas comme lieux incontournables de la vie culturelle.

Moi, j'ai passé un BTS Audiovisuel, en option montage, au Lycée René Cassin de Bayonne, en alternance dans une entreprise qui était sur Toulouse. Donc, je faisais 50 % du temps au lycée et 50 % en entreprise. [...] Donc, depuis 2018, j'étais auto-entrepreneur sur Toulouse, dans la captation et montage vidéo. Et, un an après le Covid, j'en ai eu marre de ce monde-là et une opportunité s'est proposée à moi pour être embauché au [anonymisé], en tant que guichetier, enfin, agent à tout faire. Donc, c'est un petit cinéma de 5 salles, du coup, le terme d'agent d'accueil est un peu galvaudé, parce qu'on fait un peu tout, en fait, aussi bien agent d'accueil, on s'occupe aussi de la programmation. J'allais donner un coup de main à la direction pour lancer des films, voir ce qu'on allait choisir comme films, etc. Donc, au-delà du statut

d'agent d'accueil, c'était le métier de touche-à-tout. **(Entretien avec un projectionniste de salle de cinéma #5)**

Alors, ici, tout le monde fait absolument tout. Par exemple, on n'a pas un technicien de surface, on le fait nous-mêmes. Là, vous avez débarqué, j'étais en train de passer l'aspirateur et la serpillère, le nettoyage des chiottes et la caisse, donc, vendre des tickets, accueillir les gens, leur expliquer les horaires, vérifier que tout va en cabine et en salle, recevoir et tester les copies, envoyer les copies, vérifier que les clés des copies sont bien là à temps. Ça, c'est le gros du travail, plus le fonctionnement normal du cinéma, aller chercher le courrier, l'ouvrir, vérifier qu'il n'y ait pas de factures en retard, créer des devis pour des séances en partenariat avec la Fac, caler des séances. C'est le fonctionnement typique du cinéma et ça, tout le monde le fait, on partage ça en commun. [...] Pourquoi on n'est pas tous là, c'est parce que c'est le bouclage et que, dans le cinéma, on fait absolument tout nous-mêmes. Donc, par exemple, la gazette, le programme qu'on édite tous les mois, il est rédigé en grande partie par l'équipe et on s'occupe de faire le chemin de fer, la grille de programmation, de vérifier que les films ne vont pas empiéter les uns sur les autres et que chaque film va être visible à des moments différents de la journée, selon la semaine, que le film porteur va être quand même à 20h, le samedi et que le petit film aura de la chance à une séance un peu importante, qu'il ira aussi dans la grande salle, que tout le monde va passer dans toutes les salles, ce genre de choses. Donc, ça prend un temps monstre. **(Entretien avec un projectionniste de salle de cinéma #3)**

Le métier a quand même beaucoup changé, le temps où ça consistait à tenir le lieu propre, mettre les affiches et accueillir les gens, maintenant les exploitants vont beaucoup plus au-devant : préparer les choses, choisir le film, appeler les assos, poster sur les réseaux, etc. [...] Il faut être capable de concentrer le public sur des moments où il se passe des choses plutôt que d'être ouvert tout le temps où les gens sont que quatre dans la salle et donc l'expérience devient négative parce que quand vous êtes que quatre c'est assez triste, on perd le truc collectif et on commence à comparer avec voir le film chez soi. [...] Les caisses se sont automatisées, la projection est automatisée à 90 %, ce qui reste de métier c'est celui-là (attirer les spectateurs) et c'est fondamental. Le profil traditionnel du petit commerçant qui avait souvent hérité du cinéma de ses parents est de moins en moins là, c'est un modèle qui avait ses qualités, mais moins capable d'aller chercher le public, de s'inscrire dans la politique locale, etc. **(Entretien avec un expert de l'exploitation des cinémas #6)**

Ainsi, bien que les nouvelles pratiques visant à diversifier l'offre culturelle des cinémas soient cruciales pour leur survie, il est important de souligner que ces changements vont de pair avec une professionnalisation accrue des individus travaillant à l'intérieur de ces établissements. C'est grâce à cette combinaison de polyvalence et d'expertise que les cinémas parviennent à rester des espaces dynamiques, capables de s'adapter aux évolutions de la société contemporaine.

5. DISCUSSION

Foucault (1967), lors de sa conférence au Cercle d'études architecturales, discute des utopies

effectivement réalisées et localisables. Ces espaces autres, qu'il nomme des hétérotopies, peuvent alors s'incarner dans le dispositif cinématographique (Leroy, 2018 ; Kuhn, 2004), au sein duquel les corps mobiles puis immobiles des spectateurs rencontrent les corps utopiques des protagonistes projetés. Il y a dans le cinéma et ses différentes salles la capacité de juxtaposer à la fois les espaces et les temporalités (Foucault, 1986 ; Kuhn, 2004) ; et par delà la salle existe un ensemble de relations qui définissent des emplacements irréductibles les uns aux autres et absolument non superposables. Construit sur une étude des espaces autres (hétérotopologie), le projet de recherche que nous entreprenons ambitionne de produire une description de ces différents emplacements où se déroulent l'expérience du cinéma, en cherchant quel est l'ensemble de relations par lequel on peut définir cet emplacement.

Il y a cette idée que le cinéma pourrait être a priori un lieu fragmenté, compartimenté. Nous venons de voir que le cinéma est un dispositif permettant de produire de l'imaginaire, individuel et collectif ; une technique, en revanche, propre à une époque historique, celle du capitalisme (Metz, 1981 ; Harvey, 2000 ; 2015). Cependant, si comme le dit Foucault, le cinéma est une hétérotopie dans sa capacité à juxtaposer un autre espace dans l'écran, il le devient aussi dans sa possibilité de faire cohabiter au sein d'un même lieu, le temps d'un instant, le *blockbuster*, le film populaire et le cinéma d'auteur, le bourgeois, l'aristocrate et le prolétaire, le popcorn, la file d'attente et l'automate. Ainsi, bien loin de la segmentation capitaliste et de la société du spectacle dans laquelle il pourrait être enfermé (Debord, 1967), le cinéma reste le lieu de tous les possibles et de toutes les intersections. Tel qu'énoncé par Comolli (2006, p.75) dans un entretien « On a d'un côté les forces qui visent à produire, à fabriquer un produit, et de l'autre des forces qui visent à relancer un processus », séparant par cette pensée la consommation du spectacle d'une part, d'une réalisation et mise en scène infinie d'autre part. C'est donc cette capacité à étendre les frontières du spectacle projeté, dans un lieu effectivement réalisé, qui

provoque tout l'intérêt du cinéma. Car, les espaces autres imaginés par Foucault sont des sites de résistance ou de marges à la culture dominante et au monde qui les entourent (Foucault, 1986), réhabilitant la capacité de chacun d'envisager une alternative à l'ordre établi (Harvey, 2000 ; 2015).

Le prisme de l'espace permet alors d'interpréter ces lieux comme de véritables ruptures, en formant une proposition concrète fondée sur un fonctionnement alternatif. Pour Lefebvre, les espaces dominants de reproduction (isotopies) et les espaces alternatifs (hétérotopies) « s'affrontent et se frictionnent en permanence » (Lefebvre, 1970, p.182). Le dilemme posé par la construction de ces différents espaces provient du fait qu'ils ne sont possibles que par l'existence d'un ordre qu'ils contestent et dont ils occupent une forme de résistance de l'intérieur. Ce paradoxe inhérent à la constitution des hétérotopies les confronte à l'autorité pratique dans la concrétisation de leur projet. Ainsi, l'appareil cinématographique peut être, et doit certainement l'être, considéré comme un outil performant de propagation de l'idéologie dominante (Conesa, 2018 ; Panayiotou, 2010), il existe néanmoins des procédés particuliers qui rendent possibles, au sein de l'expérience de cinéma, une pratique d'émancipation et de production d'une autre réalité, d'une alternative.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Adams, R. (2001). *Sideshow U.S.A: Freaks and the american cultural imagination*. Chicago : University of Chicago Press.

Allen, R. C. (2011). 'Reimagining the History of the Experience of Cinema in a Post-Moviegoing Age' in R. Maltby, D. Biltereyst and P. Meers (eds), *Explorations in New Cinema History: Approaches and Case Studies*, Malden, MA: Wiley-Blackwell, pp. 41-57.

Ansari, S., Garud, R., & Kumaraswamy, A. (2016). The disruptor's dilemma: TiVo and the US television ecosystem. *Strategic management journal*, 37(9), 1829-1853.

Anderson, M. (2008). *Inventing film studies*. Duke University Press.

- Aveyard, K. (2011). What the country tells us: the place of the 'rural' in contemporary studies of cinema. *Media International Australia*, 139(1), 124-132.
- Aveyard, K., & Moran, A. (2011). Cinema-going, audiences and exhibition. *Media International Australia*, 139(1), 73-79.
- Barthes, R. (1975). En sortant du cinéma. *Communications*, 23(1), 104-107.
- Baudry, J. L. (1978). L'effet cinéma.
- Beadle, R. (2003). The discovery of a peculiar good : Towards a reading of Nell Stroud's « Jossier : days and nights in the circus ». *Tamara : Journal of Critical Postmodern Organization Science*, 2(3), 60-68.
- Beadle, R., et Könyöt, D. (2006). The man in the red Coat: management in the circus. *Culture and Organization*, 12(2), 127-137.
- Beinart, S. (2005). The Impact of Local Cinema.
- Benghozi, P. J., Salvador, E., & Simon, J. P. (2021). Strategies in the cultural and creative industries: static but flexible vs dynamic and liquid. The emergence of a new model in the digital age. *Revue d'économie industrielle*, 117-157.
- Bimbenet, J. (2007) *Film et histoire*. Armand Colin.
- Clarke, D. B. (Ed.). (1997). *The cinematic city*. Psychology Press.
- Chantepie, P., & Paris, T. (2021). *Économie du cinéma*. La Découverte.
- Coate, B., Verhoeven, D., & Davidson, A. (2017). The Cinema Cities Index: comparing urban cinema cultures around the world. *Media International Australia*, 163(1), 163-175.
- Conesa, P. (2018). *Hollywar: Hollywood, arme de propagande massive*. Robert Laffont 29
- Comolli, J. L., & Roussel, F. (2006). La pensée dans la machine. *Rue Descartes*, (53), 72-99.
- Cottle, G. (2006). Confessions of a showman : My life in the circus. London, Vision.
- Culkin, N., & Randle, K. (2003). Digital cinema: Opportunities and challenges. *Convergence*, 9(4), 79-98.
- Creed, B. (1998). Film and psychoanalysis. In H. John. and C. G. Pamela (Eds.) *Film studies: critical approaches* (pp. 75-88). Oxford, UK : Oxford University Press.
- Czarniawska, B. (2004). On time, space, and action nets. *Organization*, 11(6), 773-791.

- Davis, J. M. (2002). *The Circus Age : Culture and Society under the American Big Top* (Nouvelle édition). Chapel Hill: The University of North Carolina Press.
- Desbarats, C. (2020). Menaces sur les petites salles de cinéma. *Esprit*, (9), 67-76.
- Debord, G. (1967). *La société du spectacle* [The society of the spectacle]. Gallimard, Paris.
- Denby, D. (2012). *Do the movies have a future?*. Simon and Schuster.
- De Vaujany, F. X., Aroles, J., & Pérezts, M. (Eds.). (2023). *The Oxford Handbook of Phenomenologies and Organization Studies*. Oxford University Press.
- Dorion, L., Hildwein, F. & Riot, E. (2018). Beats Per Minute (2017) Unplugged- Voices. *M@n@gement*, 21(3), 1154-1177.
- Eisenhardt, K. M. 1989. "Building Theories from Case Study Research," *Academy of Management Review*, Vol. 14, no 4, p. 532–550.
- Evans, G. (1996). Highest-tech IMAX 3-D on launch pad in Irvine. *Daily Variety*, p. 14.
- Foucault, M. (1986). Of other spaces. *Diacritics*, 16(1), 22-27.
- Friedberg, A. (1999) 'The End of Cinema: Multi-Media and Technological Change' in L. Fuller-Seeley, K. (Ed.). (2008). *Hollywood in the neighborhood: Historical case studies of local moviegoing*. Univ of California Press.
- Gaudreault, A., & Marion, P. (2013). *La fin du cinéma?: un média en crise à l'ère du numérique*. Armand Colin.
- Gomery, D. (1992). *Shared pleasures: A history of movie presentation in the United States*. Univ of Wisconsin Press.
- Hanich, J. (2017). *Audience effect : On the collective cinema experience*. Edinburgh University Press.
- Harvey, D. (2000). *Spaces of Hope*. California, University of California Press.
- Harvey, D. (2015). *Villes rebelles*. Paris, Buchet/Chastel.
- Hubbard, P. (2003), 'A Good Night Out? Multiplex Cinemas as Sites of Embodied Leisure', *Leisure Studies*, 22, pp. 255–72.
- Jacobson, B., Paredes, V., & Hanson, C. (2007). Deaths of cinema. *Spectator*, 27, 5-8.

- Kaya, D. (2022). Gendering the history of cinemagoing in Izmir, Turkey: Middle-class women's experiences of cinema in the 1960s and 1970s. *European Journal of Cultural Studies*, 25(2), 606-621.
- Knight, A. (2011). Searching for the Apollo: Black Moviegoing and Its Contexts in the Small-Town US South. *Explorations in new cinema history: approaches and case studies*, 226-242.
- Knight, J. (2013) *Getting to See Women's Cinema*. In: *Watching Films: New Perspectives on Movie-Going, Exhibition and Reception*. Intellect, Bristol/Chicago, pp. 295-314.
- Kuhn, A. (2002). *Family secrets: Acts of memory and imagination*. Verso.
- Kuhn, A. (2004). Heterotopia, heterochronia: place and time in cinema memory. *Screen*, 45(2), 106-114.
- Kuhn, A. (2011). What to do with Cinema Memory?. *Explorations in new cinema history: Approaches and case studies*, 85-97.
- Landoni, P., Dell'era, C., Frattini, F., Petruzzelli, A. M., Verganti, R., & Manelli, L. (2020). Business model innovation in cultural and creative industries: Insights from three leading mobile gaming firms. *Technovation*, 92, 102084.
- Lafortune, M., & Bouchard, A. (2011). *Guide de L'intervenant Social : Transformer les Leçons de Cirque en Leçons de Vie*. Cirque du Soleil.
- Lefebvre, H. (1970). *La révolution urbaine* (Gallimard Idées). Paris, Gallimard.
- Lefebvre, H. (1991). *The Production of Space*. Malden, Mass. New Jersey, Wiley-Blackwell.
- Leroy, A. (2018). Utopie de la transparence et machines de projection. De la nature des corps au cinéma. *Archives de Philosophie*, 81, 255-268.
- Little, K. (1995). Surveilling Cirque Archaos : Transgression and the Spaces of Power in Popular Entertainment. *The Journal of Popular Culture*, 29(1), 15-27.
- Lury, K., & Massey, D. (1999). Making connections. *Screen*, 40(3), 229-229.
- Maltby, R. (2011), 'New Cinema History', in R. Maltby, D. Biltereyst and P. Meers (eds), *Explorations in New Cinema History: Approaches and Case Studies*, Malden, MA: Wiley-Blackwell, pp. 3-40.
- Maltby, R., Biltereyst, D., & Meers, P. (Eds.). (2011). *Explorations in new cinema history: Approaches and case studies*. John Wiley & Sons.
- Manning, S. (2020). *Cinemas and cinema-going in the United Kingdom: decades of decline, 1945-65* (p. 254). University of London Press.

Martin, E., & Tellier, A. (2022). Tout savoir sur le marketing avec la série Mad Men. Éditions EMS.

Massey, D. B. (2005). For space. *For Space*, 1-232.

Mary, J. F. (2022). Réflexions sur l'avenir du cinéma face aux plateformes américaines de streaming 1. In *Annales des Mines-Réalités industrielles* (No. 1, pp. 29-32).

Metz, C. (1981). *The imaginary signifier: Psychoanalysis and the cinema*. Indiana University Press.

Miles M. B., Huberman A. M. (1994, rééd. 2003). *Analyse des données qualitatives*, 2^e édition, De Boeck.

Morley, D. (1992). *Television, Audiences and Cultural Studies*, London: Routledge.

Morley, D. (2017). Television: Not so much a visual medium, more a visible object. In *Visual culture* (pp. 170-189). Routledge.

Nikdel, E. W. (2015). Re-centering the cinema experience in a multi-platform, digital age. *Networking Knowledge: Journal of the MeCCSA Postgraduate Network*, 8(5).

Odin, R. (2000). La question du public. Approche sémio-pragmatique. *Réseaux. Communication-Technologie-Société*, 18(99), 49-72.

Odin, R., Creton, L., & Jullier, L. (2012). Cinéma et téléphone portable. Approche sémio-pragmatique. *Théorème*, (15), 79-88.

Oswick, C. & Keenoy, T. (2001). Cinematic re-presentations of Las Vegas: reality, fiction and compulsive consumption. *M@n@gement*, 4(3), 217-227.

Panayiotou, A. (2010). 'Macho' managers and organizational heroes: competing masculinities in popular films. *Organization*, 17(6), 659-683.

Parker, M. (2011). Organizing the Circus : The Engineering of Miracles. *Organization Studies*, 32(4), 555-569.

Parker, M. (2018). Employing James Bond. *Journal of Management Inquiry*, 27(2), 178-189.

Penz, F. & Lu, A. (Eds.). (2011). *Urban cinematics: Understanding urban phenomena through the moving image*. Intellect Books.

Plasseraud, E. (2021). *Les Spectateurs du cinéma. Histoire des théories de la réception filmique*. Classiques Garnier.

Recuber, T. (2007). Immersion cinema : The rationalization and reenchantment of cinematic space. *Space and culture*, 10(3), 315-330.

- Roy, P. (2006). *Les stratégies de perturbation du jeu concurrentiel : déterminants, modalités et implications pour les firmes dominantes* (Doctoral dissertation, Montpellier 1).
- Roy, P. & Le Roy, F. (2011). Stratégies de rupture, dynamique de la concurrence et performances. *Management international / International Management / Gestión Internacional*, 15(2), 81–94. <https://doi.org/10.7202/1003451ar>
- Roy, P. & Yami, S. (2006). Stratégie de rupture dans un oligopole : le cas des salles de cinéma. *Revue française de gestion*, (8), 157-181.
- Ruiz É., Tellier A., Pénin J. (2021), Comprendre les transformations de l'industrie musicale, *Revue française de gestion*, vol. 47, n° 294, p. 79-97
- Shiel, M., & Fitzmaurice, T. (Eds.). (2011). *Cinema and the city: film and urban societies in a global context* (Vol. 48). John Wiley & Sons.
- Sontag, S. (1996). The decay of cinema. *New York Times*, 25(2), 96.
- Srinivas, L. (2010). Cinema halls, locality and urban life. *Ethnography*, 11(1), 189-205.
- Swedberg, R. (2005) *The Max Weber Dictionary: Key Words and Central Concepts*, Stanford University Press, Stanford, CA.
- Szipirglas, M. (2023). Comprendre le management avec La casa de papel. Éditions EMS.
- Van de Vijver, L. (2016). 'Going to the Exclusive Show: Exhibition Strategies and Movie-going Memories of Disney's Animated Feature Films in Ghent, 1937–1982', *European Journal of Cultural Studies*, 19, 4, 2016, pp.403-418.
- Van de Vijver, L., & Biltereyst, D. (2013) "Cinemagoing as a conditional part of everyday life. Memories of cinemagoing in Ghent from the 1930s to the 1970s", *Cultural Studies*, 27, 4, pp.561-584.
- Waller, G. A. (2005). Imagining and promoting the small-town theater. *Cinema Journal*, 3-19.
- Weber, M. (1921/1978). *Economy and Society : An Outline of Interpretive Sociology*. California, University of California Press.
- Weber-Houde, A. (2022). Le siège des sensations : la salle de cinéma en crise et le gimmick tactile Percepto (William Castle, 1959).
- Williams and C. Gledhill (eds), *Reinventing Film Studies*, London: Arnold Publications, pp. 438-452.
- Yin, R. K. (2015). *Qualitative Research from Start to Finish*. New York, NY : Guilford Publications.